模因视角下“内卷”传播的动因分析及反思

陶云云
（北京印刷学院 北京 102600）

【摘要】文章以网络流行语“内卷”为例，从模因视角对该词语的传播动因进行分析，此外，该语言模因的泛化传播还与社会心理宣泄、用户自我表达以及群体认同有关，并从宏观、中观、微观三个层面对网络流行语传播中存在的问题提出反思。
【关键词】模因；内卷；语言模因；反思

伴随着互联网技术的飞跃发展，各类社交媒体快速崛起，为人们搭建了高效、快速的沟通平台，网络社交已经成为人们日常交流的重要组成部分。作为源生于某些社会事件或热点问题的流行语，网络流行语因其接受度高、传播快、范围广等特点，能够集中地反映该时期的大众心理和社会心态[1]。近年来，“内卷”作为一个学术词汇经过网络发酵，迅速出圈，有关“内卷”的话题已成为人们的日常谈资。基于此，文章以网络流行语“内卷”为例，从模因视角对该词语的传播动因进行分析，并从宏观、中观、微观三个层面对网络流行语传播中存在的问题提出反思。

一、模因与语言模因

1976 年，生物学家理查德·道金斯在《自私的基因》中提出模因概念，将文化与基因进行比对，认为文化也具备进化功能[2]。语言本身就是一种模因，任何字、词、句、段落乃至篇章，只要通过模仿得到复制和传播，都可以成为模因[3]。在网络语言传播的过程中，语言可以像基因一样，得到复制与传播，影响着语言的发展与传播，不断拓展语言本身的边界。

二、“内卷”的生成、扩散与演变

（一）“内卷”的生成

内卷的概念最早由人类学家威泽提出，是指一个系统在对外扩张的严格约束下不断细化和复杂化的过程；康德的《判断力批判》提到了人类社会演变的内卷，并将“内卷理论”与“演化理论”进行了对照；人类学家格尔茨在研究印度尼西亚爪哇岛的农业经济时发现，发现当地为了避免人均收入的急剧下降，采取集约化耕作方式，他将这种生产方式定义为“农业的内卷化”；这一概念后被黄宗智用来分析中国华北地区和江南的农村发展，继而进入我国学术界[4]。

（二）“内卷”的扩散与演变

20 世纪初，“内卷”这一术语的流行恰逢高校“非升即走”的制度改革，“非升即走”的施行，是高校青年教师们无暇顾及教学和真正有价值的科研的一个重要原因。高校教师们

[1]黄婉童.网络流行语及其社会传播功能[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2019,52(03):123-125.
[2]李镓,何超彦.模因在青年网络流行文化中的作用模式研究——以“官宣”体为例[J].东南传播,2019,(11):76-80.
[3]谢朝群,何自然.语言模因说略[J].现代外语,2007(01):30-39+108-109.
[4]赵双阁,陈榕.意义的重塑：对“内卷”一词泛化使用的传播学考察[J].传媒观察,2022(08):72-77.

认为学术界这种“无发展的增长”符合内卷化的定义[1]。“内卷”脱离其学术层面的本含义，并在高校学术圈广为传播。2020 年“内卷”出圈则源于网上热传的几张图片：“有人骑在自行车上看书，有人边骑车边用电脑，有人床上铺满了一摞摞书……”其中，“边骑车边用电脑”的同学被称为“卷王”登上热搜[2]。此后，“内卷”以戏谑的形式实现了爆红“出圈”，一时之间大量的戏仿话语（如“只要卷不死，就往死里卷”、“万物皆可内卷”）、表情包、短视频等语言模因快速繁殖，经由社交媒体被广泛用于各种社会场景，另外，受疫情的影响，就业、升学的压力加剧，更激发了社会层面对“内卷”话题的激烈讨论。媒介的无边界性拓展了“内卷”的传播与共享，并在传播扩散过程中不断消解“内卷”的本身概念。“内卷”一词的意义不断得以重构，词语的应用场景也得以扩大，最终内卷被泛化为描述各种焦虑的全能词汇。

二、“内卷”泛化传播的动因分析

网络流行语“内卷”实现病毒式传播，除了语言模因本身的易复制性外，还与社会心理宣泄、用户自我表达以及群体认同息息相关。

（一）焦虑无助的社会心理投射

网络流行语是在满足压力、发泄等心理需求的基础上出现并发展起来的，它反映了广大网民对现实生活的普遍关切和基本判断，同时也反映了网民的非主流情感表达和情感宣泄。从呱呱坠地到步入社会，广大青年群体自小接受了“知识改变命运”、“努力奋斗就能得到更好的人生”等主流价值观的指导和教育，然而，大学毕业后留在一线城市的年轻人，面临的现实却是房租过高、就业竞争激烈、户籍积分制度严格等情况，而另一边一些自媒体大号为吸引流量，瞄准网民痛点，围绕消费水平、薪酬收入、生活品质等社会现实炮制新奇概念，利用强大影响力，渲染社会焦虑[3]。在现实与理想的交锋中，部分青年的心理受到了冲击，他们期待着以一种积极的状态嵌入到新的社会场景中，却又无力改变现有的困境。生存压力、生活压力、住房压力等生存困境极易让青年群体产生矛盾情绪，相应的对抗式表达也就顺势而生，“内卷”模因恰恰提供了青年群体宣泄情绪的出口。

（二）戏谑式的夸张表达

网络流行语在一定程度上是社会舆论的体现，往往反映了社会公众对社会事件背后隐藏的资源分配不均、社会竞争激烈等问题的不满和抗议。英国学者阿伯克龙比和朗赫斯特提出的“观展/表演”理论，当媒介进入人们的日常生活并发挥自我呈现的作用时，人们会基于媒介进行自我展演并观看他人，在这一过程中，通过充满表演意味的话语展示内心或真实或建构的愿望与诉求[4]。网络平台提供了公众展演真实自我的“舞台”，用户借助媒介表述着以往在后台不愿向外界公开的需求。“内卷”语言模因的流行，实际上暗含着网民对付出与收获不对等的社会现实的批判。另一方面，网络平台具备的匿名特性为网民提供了自由发声的渠道，相比较实名制的吐槽，显然在虚拟的空间宣泄情绪所付出的代价要更小。因此，网络流行语使用群体敢于在虚拟的网络平台以一种戏谑、娱乐化的方式宣泄着自我的不满与抗争。

（三）群体成员的情感认同

[1]王帅.读书安能破万“卷”[J].青年记者,2022(12):62-67.
[2]华见,杨茜.“内卷”语境下的青年亚文化反思[J].现代交际,2022(04):92-98+123.
[3]李博文,杨舒航,肖铮.贩卖焦虑类网络热词的传播分析[J].青年记者,2020(24):28-30.
[4]季为民.网络流行语背后的青年心态探析[J].人民论坛,2022(08):28-31.

社会认同是指个体意识到自己属于特定的社会群体，同时也意识到作为该群体的一员所带来的情感意义和价值意义[1]。群体是具有特定的共同目标和共同归属感、存在互动关系的集体，其本质特征包括共同的目标取向和主体共同性。在群体行为中，个人能够通过找到所属群体、融入群体而达成圈子身份认同，借助圈子获取更多所需信息，获得安全感[2]。例如，“内卷”相关话题的主要参与者，通常是有升学、就业压力或是在互联网、金融等行业工作的青年群体。这一部分群体会分享在现实中经历的内卷竞争，以获得小组其他成员的安慰和理解。话题参与者能感受到“共同声音”所产生的共鸣和认同感，并在意见表达过程中释放压力，获得心灵的解放。

四、应对“内卷”泛化传播的反思

“万物皆可内卷”体现出了网络流行语的巨大影响力，不过，网络流行语作为社会问题和社会压力的表征，其病毒式传播，也存在着值得我们思考的地方。

（一）宏观：政府需重视青年人面临的社会问题，正确引导主流价值观

随着网络媒体影响力的进一步扩大，网络流行语已经成为现实社会的一种话语表征，夹杂着网民的价值取向。党和国家需要重视网络流行语背后所指向的实质性问题，出台相关政策缓解青年群体所面临的生存压力。相关部门需要调研、考察当前青年群体的需求，并结合现实情况出台相应的教育、就业、住房、医疗等政策，切实保障青年群体的生活质量。另一方面，要积极应对网络流行语中的负面情绪，可以制作一系列专题片，以贴合青年群体的形式，弘扬社会主义核心价值观，从而正确引导舆论，提高民众克服负面情绪的信心。

（二）中观：平台发挥自身责任，抵制劣势语言模因

平台要发挥“把关人”的作用：一方面要做好正面宣传引导，鼓励网民在社交媒体充分发挥创造力，对正确使用网络流行语的做法进行宣传和鼓励，从而推动网络流行语实现多元化发展；另一方面要主动引导网民抵制劣质网络流行语的传播，社交平台管理者需要规范网民的网络用语行为，对违规使用网络语言的用户设置黑名单制度，与平台使用者共同构建健康、有序的线上环境。

（三）微观：网民需要正视模因价值，推动主流文化建设

在网络语言流通过程中，若网民过度渲染负面情绪，不仅不利于引导青少年群体塑造积极的社会心态，还极易造成群体极化、网络暴力等不良现象，污染网络的生态环境。在使用网络流行语时，网民需要提升自身网络素质，做到网络用语规范，同时也应正视生活中存在的困难，将乐观、积极的思想分享在网络平台，例如制作正能量的视频与文案，主动承担宣传主流价值观的职责，共同推动网络生态的良性运转。

参考文献

[1] 黄婉童.网络流行语及其社会传播功能[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2019,52(03):123-125.

[1]唐铮，丁振球．认同与宣泄：网络流行语的使用现状与引导建议[J]．编辑之友，2022(02):84-90.

[2]陈峻俊，符家宁，汪凌宇．互动与满足：B站ACG亚文化群体认同风格与行为动因分析[J]．新闻与传播评论，2022,75(02):103-113.

[2] 李镓,何超彦.模因在青年网络流行文化中的作用模式研究——以“官宣”体为例[J].东南传播,2019,(11):76-80.
[3] 谢朝群,何自然.语言模因说略[J].现代外语,2007(01):30-39+108-109.
[4] 赵双阁,陈榕.意义的重塑：对“内卷”一词泛化使用的传播学考察[J].传媒观察,2022(08):72-77.
[5] 王帅.读书安能破万“卷”[J].青年记者,2022(12):62-67.
[6] 华见,杨茜.“内卷”语境下的青年亚文化反思[J].现代交际,2022(04):92-98+123.
[7] 李博文,杨舒航,肖铮.贩卖焦虑类网络热词的传播分析[J].青年记者,2020(24):28-30.
[8] 季为民.网络流行语背后的青年心态探析[J].人民论坛,2022(08):28-31.
[9] 唐铮,丁振球.认同与宣泄：网络流行语的使用现状与引导建议[J].编辑之友,2022(02):84-90.
[10] 陈峻俊,符家宁,汪凌宇.互动与满足:B 站 ACG 亚文化群体认同风格与行为动因分析[J].新闻与传播评论,2022,75(02):103-113.